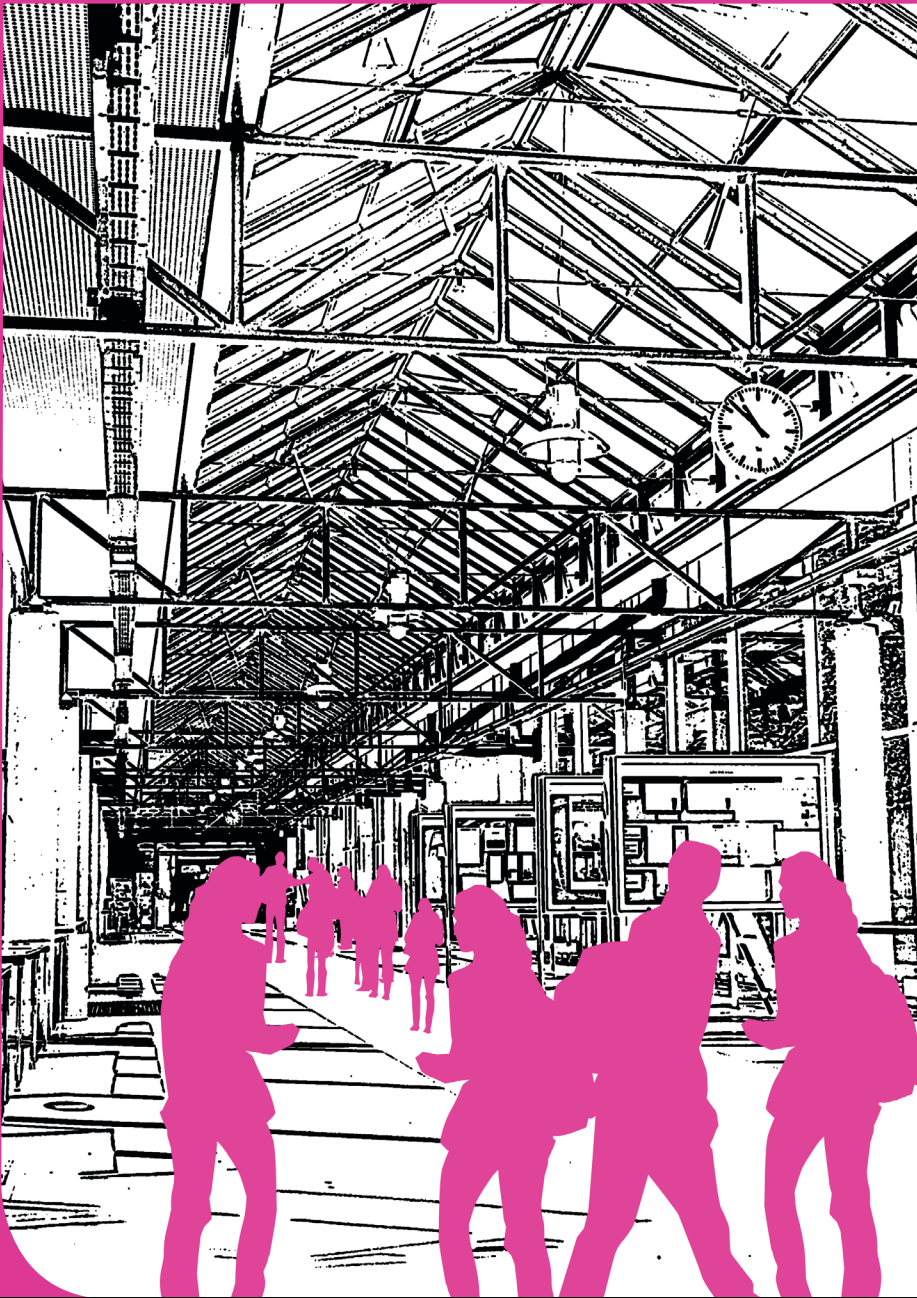




6. Jahrestagung
Fachverband für Kulturmanagement

Zukunft Publikum

Neue Beteiligungsformen und interaktive Kulturwahrnehmung

Tagungsprogramm

12. - 14. Januar 2012

Fachverband
Kulturmanagement


LEUPHANA
UNIVERSITÄT LÜNEBURG

// Zukunft Publikum. Neue Beteiligungsformen und interaktive Kulturwahrnehmung

Programm

S. 2

Vorträge und Referierende

Christoph Amend	
Prof. Dr. Sigrid Bekmeier-Feuerhahn	
Michaela Conen, Stefan Schöbinger	
Amelie Deuflhard	S. 5
Dr. Kathrin Erggelet	
Dr. Patrick Glogner-Pilz	
Thomas Heskia	
Prof. Dr. Steffen Höhne	S. 6
Kathrin Hohmaier	
Prof. Dr. Susanne Keuchel	
Dr. Irene Kletschke	
Prof. Dr. Volker Kirchberg	S. 7
Josef Krieg	
Prof. Dr. Birgit Mandel	
Olaf Martin	
Prof. Christoph Meyer	S. 8
Prof. Dr. Peter Schmidt, Astrid Kurzeja-Christinck, Jutta Schmidt	
Dipl. Soz. Vanessa Schröder	
Dr. Michael Theede	
Prof. Dr. Martin Tröndle	S. 9
Dr. Corinna Vosse	
Prof. Dr. Carsten Winter	
Prof. Dr. Gernot Wolfram, Prof. Dr. Verena Teissl	
Prof. Dr. Nina Tessa Zahner	S. 10

Entscheidungen // Publikum // Kulturnutzung // Besucher // Beteiligung // Strategien // Involvement // Vermittlung // Paradigmen // Ansprache // Gesellschaft // Erlebnis // Veranstalter // Kulturproduktion // Wahrnehmung

// Impressum

Redaktion und Gestaltung: Nadine Ober-Heilig
Assistenz: Svenja Kucheida
Druck: Hartung Druck + Medien GmbH, 22115 Hamburg

Titeldesign: Nadine Thiele, Julia Rabeary © Foto: Medium Fotografie I Dagmar Sommerfeld, Leuphana Universität Lüneburg

// Tagungsprogramm

Donnerstag, 12.01.2012

14:00 – 16:30	Neue Impulse der Kulturmanagementforschung (Doktorandenkolloquium) Ort: Campus Rotes Feld, Raum 223
17:00	Zwischen Traditionsthema und Innovationskonzept – Get Together im Deutschen Salzmuseum, Begrüßung durch Prof. Dr. Sigrid Bekmeier-Feuerhahn, Leuphana Universität Lüneburg
17:15 – 17:30	„ <i>Wie man Wasser kocht, weiß doch jeder!</i> “ Zur Idee des Salzmuseums.“ Hilke Lamschus, Kustodin, Deutsches Salzmuseum
17:30 – 18:00	„ <i>Publika von morgen in Kultur und Medien.</i> “ Josef Krieg, Leiter Neue Geschäftsfelder, Frankfurter Allgemeine Zeitung
18:30	Museumsführung und Abendimbiss

Freitag, 13.01.2012

08:45 – 09:00	Offizielle Eröffnung durch den Präsidenten der Leuphana Universität Lüneburg, Prof. (HSG) Dr. oec. Sascha Spoun, Ort: Campus Rotes Feld, Aula
09:00 – 09:45	Einführung „ <i>Audience Development als Teil von Kulturmanagement-Forschung. Ziele, Fragestellungen, Methoden, Forschungsergebnisse und Konsequenzen für die Disziplin und Profession Kulturmanagement.</i> “ Prof. Dr. Birgit Mandel, Institut für Kulturpolitik, Universität Hildesheim
09:45 – 12:00	Paradigmenwechsel im Umgang mit Publikum/Zuschauern und Kulturnutzern. Vom Konsumenten zum Prosumenten.

09:45 – 10:15 „*Das Kulturpublikum und seine Veränderungen vom 19. Jhd. bis in die Gegenwart.*“ Prof. Dr. Steffen Höhne, Professor für Kulturmanagement, Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar

10:15 – 10:30 Kaffeepause, Ort: Raum 201 & 217 (Posterausstellung)

10:30 – 11:00 „*Die On-Demand-Kultur und ihre Prosumenten. Hintergründe und Herausforderungen am Beispiel der Musikwirtschaft.*“ Prof. Dr. Carsten Winter, Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung, Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover

11:00 – 12:00 Paneldiskussion

Moderatoren: Dr. Kai-Uwe Hellmann, Institut für Gesellschaftswissenschaften, Helmut-Schmidt-Universität/Universität der Bundeswehr Hamburg; Prof. Dr. Karen van den Berg, Lehrstuhl für Kunsttheorie & inszenatorische Praxis, Zeppelin University

12:00 – 13:00	Mittagessen, Ort: Mensa Rotes Feld
13:00 – 13:15	Kurzpräsentation www.kulturmanagement-portal.de : „ <i>Ein neues Online-Angebot für Kulturmanagement-Studierende, Praktiker und Lehrende</i> “ Katharina Kaupen und Felix Kriszun, Raabe Fachverlag für Wissenschaftsinformation
13:15 – 14:15	Posterpräsentationen: Wege zum Publikum der Zukunft. Konzepte und Ansätze aus Forschung und Praxis. Ort: Campus Rotes Feld, Aula

13:15 – 13:30 „*Der Sonic Chair - ein neuer Weg zum anspruchsvollen Hörerlebnis.*“ Dr. Michael Theede, Institut für kulturelle Innovationsforschung, Hochschule für Musik und Theater Hamburg

13:30 – 13:45	„Hässlich wie ein modernes Kunstwerk - Zur Rezeption von Kunst durch Nie-Besucher.“ Kathrin Hohmaier, Institut für Kulturwissenschaften, Universität Leipzig	
13:45 – 14:00	„Projekt Kulturforschung Südniedersachsen“ Olaf Martin, Geschäftsführer Landschaftsverband Südniedersachsen e. V.	
14:00 – 14:15	„Projekt HardMut II/Mobiles Museum.“ Michaela Conen, Projektleiterin des Projekts “Mobiles Museum”, Jüdisches Museum Berlin, Stefan Schöbinger, Gestalterische Leitung des Projekts “Mobiles Museum”	
14:15 – 16:00	Parallele Themensessions: Neue Methoden der (Nicht-)Kulturnutzerforschung.	
	Session 1, Raum 307	Session 2, Raum 310
14:15 – 14:45	„Die spezifische Wahrnehmung musealer Präsentation durch Besuchertypen im Mehrmethodenansatz.“ Dipl. Soz. Vanessa Schröder	„Der Multimedia-Fragebogen in der Kulturpublikumsforschung.“ Dr. Patrick Glogner-Pilz, Abteilung Kultur- und Medienbildung, Pädagogische Hochschule Ludwigsburg
14:45 – 15:15	„Empirische Ansätze zur Typisierung von KulturnutzerInnen und KulturnichtnutzerInnen: Eigene Forschungsergebnisse, praktische Ansätze und Methoden.“ Prof. Dr. Peter Schmidt, Astrid Kurzeja-Christinck, Jutta Schmidt, Bremer Institut für empirische Handels- und Regionalstrukturforschung, markt.forschung.kultur, Hochschule Bremen	„Feldanalyse als Forschungsprogramm für die Publikumsforschung am Beispiel des Besuchs von Kunstmuseen.“ Prof. Dr. Nina Tessa Zahner, Institut für Kulturwissenschaften, Universität Leipzig
15:15 – 15:30	Kaffeepause, Ort: Raum 201 & 217 (Posterausstellung)	
	Session 1, Raum 307	Session 2, Raum 310
15:30 – 16:00	„Mixed Methods der Nichtbesucher-Forschung zur Planung einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung in Deutschland.“ Prof. Dr. Volker Kirchberg, Institut für Kulturtheorie, Kulturforschung und Künste, Leuphana Universität Lüneburg	„Kann man Besucherbefragungen vertrauen? Der implizite Assoziationstest in der Besucher und Nichtbesucher-Forschung.“ Prof. Dr. Sigrid Bekmeier-Feuerhahn, Institut für Kulturtheorie, Kulturforschung und Künste / Institut für Unternehmensentwicklung, Leuphana Universität Lüneburg
16:00 – 17:00	Diskussionen in moderierten Kleingruppen, Moderatoren: Thomas Renz, Institut für Kulturpolitik, Universität Hildesheim; Prof. Dr. Susanne Keuchel, Geschäftsführerin und Direktorin des Zentrums für Kulturforschung GmbH	
17:00 – 17:15	Kaffeepause, Ort: Raum 201 & 217 (Posterausstellung)	
17:15 – 17:45	Gemeinsame Diskussion der Ergebnisse im Plenum	
17:45	Mitgliederversammlung des Fachverbands für Kulturmanagement	
19:00	Gemeinsames Abendessen im historischen Glockenhaus Lüneburg, Dinner Speech „Kultur und Publikum neu denken.“ Christoph Amend, Chefredakteur des ZEIT-Magazins, Herausgeber der WELTKUNST	

09:00 – 09:45	Einführung: „ <i>Auswirkungen der Ergebnisse von Kulturnutzerforschung auf Kulturpolitik und Kulturmanagement.</i> “ Prof. Dr. Susanne Keuchel, Geschäftsführerin und Direktorin des Zentrums für Kulturforschung GmbH, Ort: Campus Rotes Feld, Aula
09:45 – 10:00	Kaffeepause, Ort: Raum 201 & 217 (Posterausstellung)
10:00 – 11:00	Dialogvorträge: Ergebnisse der Kulturnutzerforschung und deren Konsequenzen für Kulturmanagement- und Audience Development Strategien.

10:00 – 10:30 Parallelsessions: Forschungsergebnisse der Bereiche

Musik / Oper: Raum 307

„*Neue Musik: Innovative Vermittlungs- und Audience-Development-Strategien.*“ Dr. Irene Kletschke, Geschäftsführende Koordinatorin / Wissenschaftliche Mitarbeiterin Klangzeitort, Institut für Neue Musik der UdK Berlin und HfM Hanns Eisler

Museum / Bildende Kunst: Raum 310

„*Kunstrezeptionsforschung und Konsequenzen für Strategien der Ausstellungsdidaktik und des Kulturmarketings.*“ Prof. Dr. Martin Tröndle, Lehrstuhl für Kulturbetriebslehre & Kunstforschung, Zeppelin University

Theater / Darstellende Kunst: Raum 308

„*Spielgruppen als Partizipationsmodell im Theaterbetrieb. Bedeutung und Ansätze neuer Besucherbindungsstrategien.*“ Thomas Heskia MAS, MBA, Verwaltungsdirektor Landestheater Württemberg-Hohenzollern Tübingen Reutlingen, Lehrbeauftragter Marketing Fachhochschule Joanneum Graz

10:30 – 11:00 Parallelsessions: Praxisbeispiele aus den Bereichen

Musik / Oper: Raum 307

„*Neue Strategien einer Oper für Alle!*“ Prof. Christoph Meyer, Generalintendant Deutsche Oper am Rhein

Museum / Bildende Kunst: Raum 310

„*Wie macht man sich (Museums-) Freunde?*“ Dr. Kathrin Ergolet, Geschäftsführerin des Bundesverbands der Fördervereine Deutscher Museen für bildende Kunst e.V.

Theater / Darstellende Kunst: Raum 308

„*Producing Publics: Neue Formate für fragmentierte Öffentlichkeiten.*“ Amelie Deuffhard, Intendantin Kampnagel Internationale Kulturfabrik GmbH

11:00 – 11:15	Kaffeepause, Ort: Raum 201 & 217 (Posterausstellung)
11:15 – 12:00	Konsequenzen: Ausarbeitung in moderierten Arbeitsgruppen, Moderatoren: Henry C. Brinker, Brinkermedia, Lehrbeauftragter Leuphana Universität Lüneburg; PD Dr. habil. Ulf Wuggenig, Institut für Kulturtheorie, Kulturforschung und Künste, Leuphana Universität Lüneburg; Prof. Dr. Raphaela Henze, Professorin für Kulturmanagement, Hochschule Heilbronn
12:00 – 12:30	„ <i>Neue Dialoge mit dem Zuschauer.</i> “ Prof. Dr. Gernot Wolfram, Professor für Medienmanagement, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, Prof. (FH) Dr. Verena Teissl, Professorin für Kulturmanagement, Kultur- und Kommunikationswissenschaften, Fachhochschule Kufstein Tirol
12:30 – 12:45	Zusammenfassung der Ergebnisse der Arbeitsgruppen
12:45 – 13:15	Mittagsimbiss und Abschluss des wissenschaftlichen Programms, anschließend Abholung mit Bussen und Fahrt zur Elbphilharmonie
ca. 14:30	Geführte Besichtigung zur Elbphilharmonie Hamburg
16:30	Ende der Tagung

***Christoph Amend**

Christoph Amend, 1974 in Gießen geboren, ist Chefredakteur des ZEITmagazins und Herausgeber der Zeitschriften Weltkunst und Kunst und Auktionen, die im ZEIT-Kunstverlag erscheinen. Zuvor war er verantwortlich für die Sonntagsbeilage des Berliner Tagesspiegel und stellvertretender Redaktionsleiter des Jetzt-Magazins der Süddeutschen Zeitung. Für sein Buch „Morgen tanzt die ganze Welt - die Jungen, die Alten, der Krieg“ wurde er 2004 mit dem Hermann-Hesse-Nachwuchspreis ausgezeichnet.

„Kultur und Publikum neu denken.“

Wie kann Journalismus heute Kunst und Kultur vermitteln? Gibt es ein neues Publikum in Deutschland, das sich gleichermaßen für Politik, Kultur, Gesellschaft interessiert wie für Mode und Design? Und was hat das Ganze mit dem Internet zu tun? Damit beschäftigt sich Christoph Amend, Chefredakteur des ZEITmagazins und seit kurzem Herausgeber der Weltkunst, in seiner Dinner speech.

***Prof. Dr. Sigrid Bekmeier-Feuerhahn**

Seit 2001 Professorin für Kommunikation und PR in den Fakultäten Kulturwissenschaften sowie Wirtschaftswissenschaften an der Leuphana Universität Lüneburg. Nach dem Studium der Wirtschaftswissenschaften promovierte und habilitierte sie in Paderborn zu Themen der Absatz-, Konsum- und Verhaltensforschung. Ihr wissenschaftliches Hauptinteresse gilt insbesondere dem Gebiet der Unternehmenskommunikation sowie dem Kulturmarketing. Im Fachverband für Kulturmanagement engagiert sie sich als Vorstandsmitglied.

„Kann man Besucherbefragungen vertrauen? Der implizite Assoziationstest in der Besucher und Nichtbesucher-Forschung“

Es ist auffällig, dass bei Befragungen im Kulturbereich die meisten Antworten im eher positiven Bereich liegen. Der Vortrag behandelt die Frage, inwieweit in der Besucherforschung sozial erwünschtes Antwortverhalten zu Antwortverzerrungen führen kann und damit die Gültigkeit der Aussagen ernsthaft gefährdet. Vorgestellt werden ausgewählte Ergebnisse eines empirischen Pilotprojektes, die zeigen, dass vor allem bei Personen mit einer geringen Affinität zur Kultur mit sozial erwünschtem Antwortverhalten zu rechnen ist. Abschließend soll diskutiert werden, welche Konsequenzen diese Ergebnisse insbesondere auch für die Nichtbesucher-Forschung haben.

***Michaela Conen und Stefan Schöbinger**

Michaela Conen studierte Rechtswissenschaften an der Universität Potsdam sowie Kultur- und Medienmanagement am KMM-Institut der Hochschule für Musik und Theater Hamburg. Sie arbeitete als freie Journalistin für die Zeitung „Jüdische Allgemeine“ sowie als Pressesprecherin des „Fördervereins Jüdischer Musiker und Künstler e.V.“ Aktuell ist sie im Jüdischen Museum Berlin als Projektleiterin des Projekts „Mobiles Museum“ tätig und Doktorandin am KMM-Institut.

Stefan Schöbinger, geboren 1978, studierte Innenarchitektur und Möbeldesign an der HTF Stuttgart. Seit 2009 ist er Mitarbeiter an der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin. Gestalterische Leitung des Mobilen-Museumsprojektes für das Jüdische Museum Berlin.

„Projekt HardMut II/Mobiles Museum“

Mit der Entwicklung des „Mobilen Museums“ wird der Weg zum Publikum der Zukunft erprobt. Dabei macht sich das „Mobile Museum“ auf den Weg zu Schulen in ganz Deutschland, um Schülerinnen und Schülern direkt in ihrem gewohnten Umfeld anzusprechen. Benötigt wird hierzu eine Ausstellungsplattform, die in allen Teilbereichen eine interaktive, aktivierende, spielerische und barrierefreie Vermittlung gewährleistet. Initiative und die Neugierde der Teilnehmer stehen dabei im Vordergrund. Analoge und multimediale Interaktion und soziale Begegnung verbinden sich idealerweise zu einem kommunikativen Prozess, der zu Austausch und Diskussion führt.

***Amelie Deuffhard**

Amelie Deuffhard, geboren 1959 in Stuttgart studierte Romanistik, Geschichte und Kulturwissenschaften. Als Produzentin für Theater/Tanz- und Musikprojekte war sie seit 1996 in Berlin aktiv. Von 2000 bis 2007 leitete sie die Sophiensäle in Berlin und baute diese zu einem der wichtigsten Produktionsorte für die Freie Szene im deutschsprachigen Raum aus. Seit August 2007 ist Amelie Deuffhard Intendantin von Kampnagel Hamburg, einem Internationalen Zentrum für schönere Künste.

„Producing Publics: Neue Formate für fragmentierte Öffentlichkeiten.“

***Dr. Kathrin Erggelet**

Dr. phil. Kathrin Erggelet, geboren 1965, hat als gelernte Bankkauffrau Kunstgeschichte, Germanistik und Archäologie in Freiburg und Paris studiert. Zunächst Aufbauleiterin, dann ab 2000 Gründungsgeschäftsführerin der Schloss Dra-chenburg GmbH (Königswinter), anschließend ab 2002 Geschäftsführerin der NRW-Stiftung Naturschutz, Heimat- und Kulturpflege (Düsseldorf). Seit 2007 Geschäftsführerin der Freunde der Kunsthalle e. V. (Hamburg) und Geschäftsfüh-lerin des Bundesverbands der Fördervereine Deutscher Museen für bildende Kunst e. V.

„Wie macht man sich (Museums-) Freunde – und wozu?“

Unter dem Titel „Wie macht man sich Freunde – und wozu?“ soll unter anderem der Frage nachgegangen werden, ob Freundes- und Förderkreise in ihren traditionellen Rollen noch geeignet sind, die Museen auf ihrem Weg ins 21. Jahrhundert hilfreich zu begleiten. Was erwarten Museen und ihre Träger von den Freundeskreisen, und was können, wollen und dürfen diese z. B. steuerrechtlich leisten? Welche Auswirkung hat die Krise in der Kulturförderung auf die Fördervereine und auf das Verhältnis zu den Museen? Der Vortrag wird anhand von Beispielen und Zahlen aus der Praxis genau diese Fragestellungen erörtern und versuchen Antworten auf diese zu finden.

***Dr. Patrick Glogner-Pilz**

Dr. phil. Patrick Glogner-Pilz, geboren 1974, studierte Lehramt an Grund- und Hauptschulen (1. Staatsexamen) sowie Kulturmanagement. Bis 2007 wissenschaftlicher Mitarbeiter und Doktorand am Institut für Kulturmanagement der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg; Gastdozenturen an Universitäten und Hochschulen in Deutschland, in der Schweiz und in Finnland; seit 2007 Akademischer Rat und stellvertretender Leiter der Abteilung „Kultur- und Medien-bildung“ an der PH Ludwigsburg.

„Der Multimedia-Fragebogen in der Kulturpublikumsforschung.“

Vorgestellt wird eine Demoversion des Fragebogen-Autorensystems-MultiMedia (FrAuMuMe), einem Verfahren der computerunterstützten Offline-Befragung, der im Kulturbereich als Befragungsinstrument bereits eingesetzt wird. Durch die multimedialen Funktionen wie den Einbezug von Bildern, Texten, Audio- und Videosequenzen können hier-bei völlig neue Wege in der Erforschung von Kulturgeschmack, -rezeption oder ästhetischen Entscheidungsprozessen gegangen werden. Welche Vor- und Nachteile mit diesem methodischen Instrument verbunden sind und welche Konse- quenzen sich hieraus für die Kulturpublikumsforschung ergeben, soll im Rahmen des Vortrags diskutiert werden.

***Thomas Heskia**

Thomas Heskia M.A., MBA ist Verwaltungsdirektor am Landestheater Württemberg-Hohenzollern in Tübingen und Lektor für Marketing an der Fachhochschule Joanneum in Graz. Studium der Handelswissenschaften an der Wirt-schaftsuniversität Wien sowie Kunstgeschichte und Geschichte an der Universität Wien, anschließend Kulturmanage-ment in Salzburg, Chicago und Rom. Als Dozent war er bereits u.a. am Salzburger ICCM, der Universität von Nova Gorica, der Università Ca Foscari in Venedig und der St. Thomas University in Miami tätig.

„Spielgruppen als Partizipationsmodell im Theaterbetrieb Bedeutung und Ansätze neuer Besucherbindungsstrategien.“

Spielgruppen sind bereits zu einem fixen Bestandteil öffentlicher Theater in Deutschland geworden. Das Nebeneinander von professionellem Schauspiel und Laienspiel erhält dabei durch die Verortung an einem festen Haus einen mehr als nur symbolischen Rahmen. Die Betreuung dieser Spielgruppen stellt sich mittlerweile als zentrale theaterpädagogische Aufgabe dar. Die Arbeit mit Spielgruppen kann aber auch als multiplikatives Marketing- und Kundenbindungsinstru-ment eingesetzt werden, da bei den Spielern und darüber hinaus eine enge Verbundenheit mit dem Theater entsteht.

***Prof. Dr. Steffen Höhne**

Prof. Dr. Steffen Höhne, geboren 1958 in Düsseldorf studierte Germanistik, Geschichte und Politikwissenschaft an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf. Gastprofessuren in Oxford/Mississippi, Odense/Dänemark, Jyväskylä/Finn-land und Montpellier/Frankreich. Seit dem Sommersemester 2000 Professor für Kulturmanagement an der Hoch-schule für Musik FRANZ LISZT Weimar. Lehrbeauftragter der Karlsuniversität Prag und der AMU Prag, der Université d'Evry Val d'Esonne (Paris) sowie der Universität Witten-Herdecke. Seit 2007 ist er Vorsitzender des Fachverbands für Kulturmanagement.

„Das Kulturpublikum und seine Veränderungen vom 19. Jhd. bis in die Gegenwart“

Wie ist das Konstrukt „Publikum“ entstanden, welchen Veränderungen war es im Verlauf der kulturellen Entwicklun-gen ausgesetzt? Am Beispiel einer normativen Bestimmung und Festlegung eines als ideal vorgestellten „räsonierenden“ Theaterpublikums, welches seit dem 18. Jh. Gegenstand theoretischer Reflexionen bei Gottsched, Lessing, Schiller und anderen wird, werden die Genese, die Entwicklung und die diversen Transformationen des „Publikums“ in Deutschland seit dem 19. Jh. vorgestellt. Ergänzt um empirische Befunde, in denen Veränderungen jenseits der normativen Konzepte betrachtet werden, soll so der Diskurs um das Publikum (als Zielgruppe der Hochkultur) rekonstruiert werden.

***Kathrin Hohmaier**

Kathrin Hohmaier studierte bis 2011 Kulturwissenschaften, Soziologie und Theaterwissenschaft an der Universität Leipzig. Von 2009 bis 2011 war sie studentische Hilfskraft am Institut für Angewandte Sozialwissenschaften der HTWK Leipzig. Sie beschäftigt sich mit Kunstsoziologie, qualitativen Methoden, Jugendkulturen, der Soziologie Pierre Bourdieu und stadtsoziologischen Themen. Ihre Masterabschlussarbeit schrieb sie zum Thema Kunstrezeption und museumsferne Besuchergruppen.

„Hässlich wie ein modernes Kunstwerk - Zur Rezeption von Kunst durch Nie-Besucher“

Die Frage, wie Nichtnutzer und Nie-Besucher mit Kunst umgehen ist bis heute kaum beleuchtet. Bildet sich ein ästhetisches Empfinden auch ohne elaboriertes Allgemein- und Kunstwissen aus? Kann Zugang zu Werken der bildenden Kunst auch ohne bereits eingeübte Praxis des Ausstellungsbesuchs gefunden werden?

Auf meinem Poster präsentiere ich zentrale Ergebnisse einer Untersuchung im Rahmen meines Masterarbeitsprojekts, bei dem ich eine Gruppe Jugendlicher mit niedrigen Bildungsabschlüssen und in prekären Ausbildungs- und Lebenssituationen im Rahmen eines Kunstvermittlungsprojektes durch ein Museum moderner Kunst begleitete.

***Prof. Dr. Susanne Keuchel**

Prof. Dr. Susanne Keuchel ist geschäftsführende Direktorin des Zentrums für Kulturforschung (ZfKf) und studierte Musikwissenschaft (HF), Germanistik und Soziologie an der Universität Bonn und der Technischen Universität Berlin. In ihrer Arbeit für das Institut konzentrierte sie sich in den vergangenen Jahren auf empirische Erhebungen. Sie ist zudem Honorarprofessorin am Institut für Kulturpolitik der Universität Hildesheim sowie Dozentin an der Hochschule für Musik und Darstellende Kunst in Hamburg.

„Auswirkungen der Ergebnisse von Kulturnutzerforschung auf Kulturpolitik und Kulturmanagement.“

Seit 1991 führt das ZfKf im Rahmen der Reihe „KulturBarometer“ Bevölkerungsumfragen zur Kulturnutzung und zu kulturellen Einstellungen durch. Mit steigendem Interesse an der Kulturnutzerforschung in den letzten 10 Jahren entstanden jedoch auch neue Umfrageformate, welche die kulturelle Partizipation spezieller Bevölkerungsgruppen untersuchen. Welche Erkenntnisse können aus solchen Studien generiert werden für Kulturpolitik und kulturelle Praxis? Diese Frage soll im Vortrag anhand konkreter Beispiele erörtert sowie in einem abschließenden Fazit behandelt werden, was sich durch den Boom der Kulturnutzerforschung in den letzten Jahren verändert hat.

***Prof. Dr. Volker Kirchberg**

Dr. Volker Kirchberg, Diplom-Soziologe. Seit Oktober 2004 Universitäts-Professor für Kulturvermittlung und Kulturanorganisation in den Kulturwissenschaften der Leuphana Universität Lüneburg. Lehrtätigkeiten u.a. am Institute for Policy Studies der Johns Hopkins Universität in Baltimore, Maryland, am Institut für Soziologie der FU Berlin, an der William Paterson Universität, New Jersey. Besucherforschung für mehrere große Museen im In- und Ausland. Vorstandsmitglied des Forschungsnetzwerkes Soziologie der Künste in der European Sociological Association.

„Mixed Methods der Nichtbesucher-forschung zur Planung einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung in Deutschland.“

Das Forschungsvorhaben „Analyse des Nichtbesuchs – Verhalten und Einstellungen zur „Hochkultur“ in Deutschland“ wird Ursachen und strukturelle Bedingungen des Nichtbesuchs institutionalisierter Hochkultur in Deutschland aus kultursoziologischer Perspektive theoriengeleitet und empirisch analysieren. Das Vorhaben teilt sich in eine quantitative empirische Untersuchung der bundesweiten Bevölkerung und in eine qualitative empirische Untersuchung von Nichtbesuchern hochkultureller Institutionen. Es erklärt Einstellungen und Verhalten zu institutionellen Hochkulturinstitutionen im internationalen Vergleich. Das Projekt (mit einem Methodenmix quantitativ – qualitativ) betritt Neuland im Bereich der empirischen Kulturpublikumsforschung und verspricht theoretischen Gewinn für die Soziologie.

***Dr. Irene Kletschke**

Irene Kletschke studierte Musik- und Theaterwissenschaft an der Freien Universität Berlin (Magister 2003) und Kultur- und Medienmanagement an der Hochschule für Musik Hanns Eisler Berlin (Diplom 2003). Seit 2006 ist sie Wissenschaftliche Mitarbeiterin an der UdK Berlin. Sie arbeitet als Geschäftsführende Koordinatorin von „Klangzeitort“ (Institut für Neue Musik der Universität der Künste Berlin und Hochschule für Musik Hanns Eisler Berlin) und organisiert die internationale Sommerakademie „KlangKunstBühne“ an der UdK Berlin.

„Neue Musik: Innovative Vermittlungs- und Audience-Development-Strategien“

Die „Neue Musik“ gilt landläufig als schwer verständlich, leidig anzuhören, unsinnlich und elitär – doch tatsächlich haben sich hier im 20. und 21. Jahrhundert Kompositionen, Formate, Ensemblestrukturen und Arbeitsweisen herausgebildet, die das „Soziotop Neue Musik“ zu einer äußerst attraktiven und lebendigen Szene machen. Im Fokus des Vortrags stehen vor allem Formate, bei denen das Potential zur Vermittlung bereits in den Kompositionen und Aufführungen angelegt ist und die eine außergewöhnlich aktive Rolle des Publikums mit sich bringen. In einem zweiten Schritt wird untersucht, inwiefern die Neue Musik Vorbild für den „klassischen“ Musiksektor sein kann, und inwiefern Erfahrungen aus der Neuen Musik auch für das Kulturmanagement nutzbar gemacht werden können.

***Josef Krieg**

Studium der politischen Wissenschaften, katholischen Theologie und Philosophie an den Universitäten Freiburg im Br. und Fribourg (CH). Zwischen 1998 und 2004 Leiter des Referats Medien im Presse- und Informationsstab des Bundesministeriums der Verteidigung. Anschließend verantwortlich für die Unternehmenskommunikation der Robert Bosch Stiftung und seit 2008 bei der Frankfurter Allgemeinen Zeitung in gleicher Funktion und zudem Chefredakteur des Magazins „F.A.Z. - Hochschulanzeiger“. Im Mai 2011 Übernahme der Leitung der neuen Abteilung „Neue Geschäftsfelder“.

„Publika von morgen in Kultur und Medien“

Zeitungen, so scheint es, durchleben zurzeit eine langwierige Leidenszeit: Einerseits entziehen sich die „digital natives“ dem haptischen Leseerlebnis und andererseits lässt die dauerhafte Finanz- und Wirtschaftskrise die Werbeeinnahmen auf bedrohliche Zustände schmelzen. Vielfach muss am Umfang gespart werden und damit an der Berichterstattung. Zeitungen aber haben in Deutschland einen exzellenten Ruf und besitzen im Gegensatz zu vielen anderen Medien einen fast unaufkündbaren Vertrauensvorsprung. Diesen in neue und spannende Produkte zu bringen, aber auch bislang unvorstellbare strategische Allianzen mit Kultur-Partnern einzugehen, ist machbar und erfolgreich zugleich, wie unter anderem das neue Konzertmagazin aus dem Verlag der Frankfurter Allgemeinen Zeitung „talkvoll“ beweist.

***Prof. Dr. Birgit Mandel**

Prof. Dr. habil Birgit Mandel, geb. 1963 ist Leiterin des Bereichs Kulturmanagement und Kulturvermittlung im Institut für Kulturpolitik der Universität Hildesheim; Forschungsprojekte in den Bereichen Audience Development, Kulturbesucherforschung, Kultur-PR und Kulturmarketing, Kultur und Arbeitsmarkt, Theorie des Kulturmanagements. Vorstandsmitglied der deutschsprachigen Vereinigung für Kulturmanagement in Forschung und Lehre e.V., Beiratsmitglied Schriftenreihe Forschung Kulturelle Bildung der Bundesvereinigung kulturelle Jugendbildung, Aufsichtsratsmitglied der Berlin Kulturprojekte GmbH. Sie ist außerdem Mitglied des European Network of Cultural Management and Arts Administration Centers, Brüssel sowie der Kulturpolitischen Gesellschaft, Bonn.

„Audience Development als Teil von Kulturmanagement-Forschung. Ziele, Fragestellungen, Methoden, Forschungsergebnisse und Konsequenzen für die Disziplin und Profession Kulturmanagement.“

Der Vortrag gibt einen kurzen Überblick der Entstehungsgeschichte, der Ziele und Funktionen von Audience Development, stellt Forschungsmethoden und wesentliche Forschungserkenntnisse dar, um abschließend zu diskutieren, welche Konsequenzen diese für die Disziplin und die Profession des Kulturmanagements haben.

***Olaf Martin**

Olaf Martin, geboren 1961, studierte katholische Theologie und Forstwissenschaft. Seit 1992 ist er Geschäftsführer des Landschaftsverbandes Südniedersachsen.

Projekt „Kulturforschung Südniedersachsen“

In Zusammenarbeit mit dem Zentrum für Kulturforschung haben wir in den letzten beiden Jahren ein umfangreiches Kulturforschungsprojekt in Südniedersachsen durchgeführt, bei dem eine Besucherbefragung in 44 Kultureinrichtungen mit einer umfangreichen Nichtnutzerbefragung (n = 4.000) kombiniert wurde. Zentrale Fragestellungen zielten dabei neben Einzugsgebiet und Informationsstreuung der einzelnen Kulturangebote auf deren Nutzung und Wahrnehmung durch demografisch unterschiedliche Zielgruppen.

***Prof. Christoph Meyer**

Der 1960 in Lüneburg geborene Meyer studierte von 1981 bis 1985 Theater und Musikwissenschaften in München. Künstlerische Tätigkeit u.a. am Nationaltheater Mannheim, der Oper Köln, dem Gran Teatre Del Liceu in Barcelona, und der Deutschen Oper Berlin. Von 2004 bis 2006 Operndirektor des Theaters Basel., ab Januar 2007 Operndirektor an der Oper Leipzig. Seit August 2009 Generalintendant der Deutschen Oper am Rhein Düsseldorf - Duisburg. Jurymitglied in diversen renommierten Gesangswettbewerben, dem Internationalen „Hans Gabor“-Belvedere-Wettbewerb in Wien, dem Competizione dell Opera in Dresden und Moskau, dem Bidu Sayao In Brasilien. Seit 2004 ist er Mitglied des CPDO (Chambre Professionnelle Des Directeurs D' Opéra / Paris). Seit dem Sommersemester 2011 Honorarprofessor an der Robert-Schumann-Musikhochschule in Düsseldorf.

„Neue Strategien einer Oper für alle“

Der Vortrag zum Thema „Neue Strategien einer Oper für alle“ beleuchtet aus dem persönlichen Erfahrungshintergrund in leitenden Theatertätigkeiten zunächst die begrifflichen Hintergründe und den dahinterstehenden künstlerischen und programmatischen Ansatz zu einer Oper „für alle“. Anhand von konkreten Beispielen aus der Arbeit als Generalintendant der Deutschen Oper am Rhein seit 2009 wird die praxisorientierte Umsetzung dieser Strategien sowohl nach den zugrundeliegenden inhaltlichen Schwerpunkten (Spielplangestaltung, Nachwuchsförderung, Theaterpädagogische Arbeit, Veranstaltungsformen etc.) als auch nach den dafür genutzten kommunikativen Methoden (vom Programmheft bis zur Facebookseite) dargestellt, wobei der Fokus auf der Vernetzung der einzelnen Ansätze liegt.

***Prof. Dr. Peter Schmidt, Astrid Kurzeja-Christinck, Jutta Schmidt**

Prof. Dr. Peter Schmidt studierte Wirtschafts- und Sozialwissenschaft an der Universität Dortmund; seit 1997 vertritt er die Fächer Volkswirtschaftslehre und Statistik / Forschungsmethoden an der Hochschule Bremen und ist Mitglied der Arbeitsgruppe markt.forschung.kultur, die seit 10 Jahren im Kulturbereich Besucherforschung und Evaluation durchführt. Er ist u.a. Mitglied der DeGEval – Gesellschaft für Evaluierung sowie im Verein für Socialpolitik.

Astrid Kurzeja-Christinck studierte Geologie und Paläontologie. Sie ist Mitglied in der DeGEval und dort im Arbeitskreis Kultur und Kulturpolitik aktiv.

Dipl. Ing. Jutta Schmidt studierte Raumplanung und Kommunale Umweltplanung. Sie ist ebenfalls Mitglied in der DeGEval (Arbeitskreis Evaluation von Kultur und Kulturpolitik) sowie dem Museumsbund Bremen-Niedersachsen und dem Deutschen Museumsbund. Frau Kurzeja-Christinck und Frau Schmidt sind Mitinhaberinnen der Arbeitsgruppe markt.forschung.kultur.

„Empirische Ansätze zur Typisierung von KulturnutzerInnen und KulturnichtnutzerInnen - Eigene Forschungsergebnisse, praktische Ansätze und Methoden“

Dieser Beitrag greift empirische Ansatzpunkte zur Typisierung von KulturnutzerInnen und KulturnichtnutzerInnen auf. Hierzu werden solche Typisierungen auf Basis eigener Studien dargestellt. Interessante Ergebnisse ergeben sich dabei zum Beispiel anhand der Differenzierung nach der Kultursparte, der kulturellen Orientierung sowie der Nutzungsintensität sowohl der KulturnutzerInnen als auch KulturnichtnutzerInnen.

***Dipl. Soz. Vanessa Schröder**

Vanessa Schröder studierte an der Universität Bielefeld Diplom-Soziologie (Schwerpunkte: Organisations-, Arbeits- und Managementsoziologie/Politikwissenschaft). Ihre Promotion „(Geschichts-)Bilder einer Ausstellung: Wie Besucher von vier Museen Geschichte und historische Zeit erleben“ reichte sie Mitte Mai 2011 am Institut für Soziologie der Universität Duisburg-Essen ein. Als wissenschaftliche Mitarbeiterin der Universität Duisburg-Essen von 2009 - 2010 lehrte Frau Schröder im Schwerpunkt Kultursoziologie zum Thema „Organisation und Publikum: Das Beispiel der Museen“.

„Die spezifische Wahrnehmung musealer Präsentation durch Besuchertypen im Mehrmethodenansatz“

Der Vortrag beruht auf empirischen Besucherstudien aus vier Museen mit sehr unterschiedlichen Präsentationskonzepten. Ein typologischer Vergleich erlaubt, Gemeinsamkeiten und Unterschiede herauszuarbeiten. Ausgehend von einem Mehrmethodenansatz mit qualitativ und quantitativ erhobenen bzw. ausgewerteten Studien lassen sich Besuchertypen anhand ihrer Rezeptionsgewohnheiten unterscheiden. Dabei zeigt sich, dass jedes Haus über „aktive Besucher“ verfügt. Diese suchen sich gezielt ein museales Angebot, das ihnen gefällt, aus. Da diese Zielgruppen sich aufgrund ihrer Erlebnispräferenzen unterscheiden, ließe sich ein Kulturmarketing gezielt auf (Geschichts-)Erlebnisse ausrichten.

***Dr. Michael Theede**

Dr. Michael Theede, geboren 1975; Studium der Musik an der Musikhochschule Lübeck, des Kultur- und Medienmanagements an der Hochschule für Musik und Theater Hamburg sowie der City University of London; seit 2009 Stellvertretender Direktor des Instituts für kulturelle Innovationsforschung an der Hochschule für Musik und Theater Hamburg. Internationaler Konzertpianist, Organisator und Moderator zahlreicher Konzertveranstaltungen. Vorstand Gunter und Juliane Ribke-Stiftung sowie Gustav Mahler Vereinigung e.V.

„Der Sonic Chair - ein neuer Weg zum anspruchsvollen Hörerlebnis.“

Der Sonic Chair ist ein vom Institut für kulturelle Innovationsforschung an der Hochschule für Musik und Theater Hamburg neu entwickelter Klangstuhl mit iMac-Touchscreen. Als musikalische Hörstation ist er eine individualistische Multimediastation, die dem Nutzer ermöglicht, die Beschallung selbst auszuwählen und öffnet somit Türen für selbstbestimmtes Hören. Sein Zugang zu über 400 Musikwerken, Podcasts und Radiosendungen, lädt nach verschiedenen Kriterien Einsteiger bis zu Kenner zu einer individuellen Erkundungsreise in die Welt der zeitgenössischen Musik ein.

***Prof. Dr. Martin Tröndle**

Dr. Martin Tröndle ist Juniorprofessor für Kulturbetriebslehre & Kunstforschung an der Zeppelin Universität Friedrichshafen und Senior Researcher am Institut für Design- und Kunstforschung der Hochschule für Gestaltung und Kunst Basel sowie seit 2002 ständiger Gastdozent am Studienzentrum Kulturmanagement der Universität Basel. Er ist Gründungsmitglied der Society for Artistic Research und des Fachverbandes Kulturmanagement e.V. Seit 2011 ist er zudem gewähltes Mitglied des „Panels Kunst“ des Schweizerischen Nationalen Forschungsrates.

„Kunstrezeptionsforschung und Konsequenzen für Strategien der Ausstellungsdidaktik und des Kulturmarketings.“

Mit dem Museumsboom in den letzten drei Jahrzehnten hat sich auch die Besucherkultur fundamental verändert. Dies ist für uns Anlass zu untersuchen, wie die soziale Situation die Wahrnehmung der Kunstwerke beeinflusst: Verändert sich die Wirkung der Kunstwerke durch die soziale Interaktion? In dem Schweizerischen Nationalforschungsprojekt eMotion – mapping museum experience konnten wir diese Fragen unter realen Feldbedingungen und mit neuartigen Methoden untersuchen. Wir werden zeigen, dass das Sozialverhalten der Museumsbesucher maßgeblichen Einfluss auf die Kunstrezeption hat und diskutieren welche Konsequenzen dies für Kunstmuseen hat.

***Dr. Corinna Vosse (ohne Präsentation)**

Dr. Corinna Vosse arbeitet freiberuflich als Dozentin, Beraterin und Kulturmanagerin. Nach einem Studium der Kunstwissenschaft und der Betriebswirtschaftslehre war sie zunächst fünf Jahre in den USA tätig, wo sie leitend am Aufbau zweier Kultureinrichtungen gearbeitet hat. Frau Vosse stellt ihre Arbeit auf Tagungen und in Publikationen vor, berät städtische Verwaltungen und wirkt an verschiedenen gesellschaftswissenschaftlichen Instituten in der Lehre mit. Zuletzt hat sie für das Land Berlin an der Erstellung des ersten Berliner Kulturförderberichts gearbeitet.

„Kann ich hier mitmachen? - Kunstproduktion und Rezeption im Kontext von Defiziten der Erwerbsarbeitswelt.“

Augenfälligen Verschiebungen der Paradigmen von Kultur und Publikum steht eine enorm gestiegene gesellschaftliche Aufmerksamkeit für das Selbermachen oder DIY gegenüber. Kunst und Kultur haben in der Konstellation zwischen dem Wunsch, einen künstlerischen Beruf auszuüben und den herrschenden Vorstellungen und Praktiken des Wirtschaftens, eine neue gesellschaftliche Bedeutung erlangt, als Medium und Anlass für die Gestaltung und das Praktizieren von ökonomischen Handlungsalternativen. Für den Bereich Kulturmanagement scheint so ein gesellschaftswichtiges Handlungsfeld auf Kunstschaffen und damit verbundene Prozesse strukturell in Institutionen der Erwerbsarbeit einzubinden.

***Prof. Dr. Carsten Winter**

Carsten Winter, geboren 1966, lehrt und forscht vor allem zur strategischen Entwicklung von Medien und Kultur sowie zu Managementinnovationen in Medien und Kultur insbesondere mit Bezug zur Kultur-, Kreativ- und Musikwirtschaft und ihren Akteuren, Formaten, Publika und ihren immer aktiveren Kunden. Im Moment gilt sein Interesse insbesondere neuen Wertschöpfungspotenzialen der Kultur- und Kreativwirtschaft im Zusammenhang mit dem Wandel unserer (Push-)Kultur in eine Pull- bzw. On-Demand-Kultur.

„Die On-Demand-Kultur und ihre Prosumenten. Hintergründe und Herausforderungen am Beispiel der Musikwirtschaft.“

Der Vortrag besteht aus drei Teilen. Der erste Teil rekonstruiert kurz den Wandel von einer Musikkultur, die lange eine Kultur war, die einige wenige für die „Masse“ gemacht haben, zu einer Kultur, die sich Leute individuell und selbständig (aus einem globalen Überangebot zusammenstellen). Der zweite Teil stellt diese neue Pull- oder On-Demand-Kultur und ihre doch neuartigen Beteiligungs- und Interaktionsformen vor, die eine subjekt-, beziehungs- und kontextspezifischere Wahrnehmung von Kultur konstituieren. Der dritte Teil erläutert, wie dadurch das Stakeholder- und Publikumsmanagement der Akteure der Musikwirtschaft herausgefordert und wie darauf reagiert wird.

Prof. Dr. Gernot Wolfram, Prof. Dr. Verena Teissl

Prof. Dr. Gernot Wolfram, ist Leiter der Kulturellen Bildung im Europäischen Informationszentrum Berlin, Initiator und Herausgeber der „Kulturkarte Kosovo“ (Robert Boschstiftung 2008) sowie Künstlerischer Berater des „Little Global Cities Projekt“ (Boschstiftung 2011). Gernot Wolfram arbeitet als Professor für Kulturmanagement an der MHMK Hochschule Berlin und als externer Professor für Kulturwissenschaften an der Fachhochschule Kufstein (Tirol).

Prof. (FH) Dr. Verena Teissl ist Kulturwissenschaftlerin, Publizistin und Kuratorin. Von 2002-2009 war sie Projektleiterin der Programmabteilung der Viennale – Intl Film Festival Wien. Seit 2010 ist sie Professorin für Kulturmanagement und Kulturwissenschaft an der FH Kufstein (Österreich).

„Neue Dialoge mit dem Zuschauer.“

Der Vortrag konzentriert sich auf die Frage nach einem neuen Verhältnis zwischen Publikum, Kulturbetrieb und Künstlern. Ansätze von Albrecht Koschorke und Michel de Certeau machen die Beziehungsdynamik zwischen Kunstwerk/ Veranstaltung, Kulturbetrieb und Publikum sichtbar und stellen die Frage nach gesellschaftspolitischer Aktivierung durch Kulturmanagement. Wie lassen sich Taktiken und Dynamiken des Publikums als „Dritte“, als „Echoraum“ kultureller Praxis, verstehen und dialogisch verfolgen? Welchen Anteil können empirische Forschungen an diesem Erkenntnisgewinn haben und wo sind ihre Grenzen gesetzt? Wo liegen die Schnittstellen traditioneller und neuer Formate sowie traditioneller und neuer Publika? Was sind konkrete Erfahrungen aus der Praxis?

***Prof. Dr. Nina Tessa Zahner**

Prof. Dr. Zahner studierte Soziologie (Diplom) mit Schwerpunkt Marketing/Kommunikation und empirische Methoden an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg und der University of Surrey, London. Sie war Post-doc-Stipendiatin am Lehrstuhl Soziologie II an der Universität Bamberg sowie Leiterin der Sommerakademie „kunst leben“ der Universität Augsburg 2005/2006. Seit Mai 2010 ist sie Juniorprofessorin für Kulturmanagement und Kulturfeldforschung am Institut für Kulturwissenschaften der Universität Leipzig.

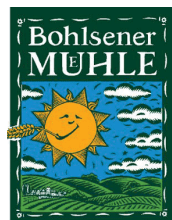
„Feldanalyse als Forschungsprogramm für die Publikumsforschung am Beispiel des Besuchs von Kunstmuseen.“

Der Vortrag untersucht, wie das feldanalytische Forschungsprogramm für die Untersuchung der Praxis des Besuchs von Ausstellungen Bildender Kunst gewinnbringend eingesetzt werden kann. Zunächst werden die Grundannahmen des feldanalytischen Forschungsprogramms hinsichtlich ihrer Implikationen für die Publikumsforschung expliziert. Hierauf aufbauend wird ein forschungspragmatisches Instrumentarium präsentiert, das einen feldanalytischen Zugang zum Phänomen des Ausstellungsbesuchs realisiert. Den Vortragsabschluss bilden Überlegungen zur Frage des Zuschnitts des Feldes der Konsumtion Bildender Kunst, der Frage was es bewegt und wie es sich über die Zeit entwickelt.

// Wir danken unseren Spendern und Kooperationspartnern



Alumni- und Förderverein der Leuphana
Universität Lüneburg e.V.



Bergström Hotels GmbH, 21335 Lüneburg



Bohlsener Mühle GmbH & Co. KG, 29581 Bohlsen

Deutsches Salzmuseum, Industriedenkmal
Saline Lüneburg, 21335 Lüneburg



Dr. Scholze Confiserie KG, 21337 Lüneburg

Fakultät Wirtschaftswissenschaften der Leuphana
Universität Lüneburg



Fritz-Kola GmbH, 22113 Hamburg

Hartung Druck + Medien GmbH, 22115 Hamburg



Innovations-Inkubator der Leuphana Universität
Lüneburg

Knabbetti UG, 49456 Bakum



Lünebest der Allgäuer Alpenmilch
GmbH, 54424 Thalfang

Mälzer Brau- und Tafelhaus, 21335 Lüneburg



Stage Entertainment GmbH, 20457 Hamburg

Stahlberg Stiftung, 21218 Seevetal



Voelkel GmbH, 29478 Hühbeck